试论新媒体时代广播电视主流媒体传播力的提升

摘　要：本文分析了影响媒体传播力的因素，阐述了新媒体时代主流媒体传播力提升的必要性，结合笔者在鹤壁市广播电视台 15 年的管理经验，提出了促进“新媒体渠道 + 主流媒体内容”融合、实施“引进 + 培养”团队建设策略等一系列广播电视主流媒体传播力的提升策略。

关键词：新媒体时代；广播电视；主流媒体；传播力

中图分类号：G622　　文献标识码：A

文章编号：1671–0134（2019）04–108–02　　DOI：10.19483/j.cnki.11–4653/n.2019.04.035

文 / 卢巍

引言

随着时代和技术的变迁，传统广播电视主流媒体所依赖的“内容 – 受众 – 广告”模式已经难以支撑它庞大的成本支出，传统媒体正在衰败。广告收入断崖式下滑导致了一个恶性循环：降低成本，优质内容更不可能产生；收入下降，越来越多的优秀人才流失，而它们又使传统媒体的受众越来越萎缩。本文结合笔者在鹤壁市广播电视台的实际工作经验与思考，对新媒体时代广播电视主流媒体传播力的提升策略进行探究。

1. 影响媒体传播力的因素分析

1.1 硬件配置

硬件配置的优良程度决定媒体的传播力，主要包括硬件配置、资金、技术、渠道条件、平台等。[1] 对于媒体来说，资金的充足情况直接关系到优秀人才、先进技术与设备、节目等的引进情况，影响着受众的信息接收与节目观看体验。具体来说，当媒体的硬件配置良好、资金充足时，节目播出的数量、内容质量、播放效果、信息覆盖面等更好，受众对媒体的关注度更好，媒体的传播力更强；反之，则会使媒体的传播力降低。

1.2 软件设计

仅依托于良好的硬件配置，而没有优秀的软件设计，则媒体的传播力不会达到最理想的状态。在软件设计中，包括内容质量、人才、管理机制、媒体公信力等。[2] 特别是节目内容质量对媒体的传播力有着关键的影响，是媒体传播力的决定性因素。在新媒体时代下，受众更愿意关注节目内容“有用、用益、有趣”的媒体。

2. 新媒体时代广播电视主流媒体传播力提升的必要性

2.1 广播电视主流媒体生存发展的必然需求

从 2011 年开始，我国受众对广播电视等主流媒体的关注度逐步下滑，相对应的对新媒体的关注度逐年增长。[3] 以此，广播电视等主流媒体想要实现更好的生存发展，就必须对其传播力进行提升，制止与缓解广播电视等主流媒体关注受众逐年下滑的趋势。若不立即展开传播力的提升，哈斯廷斯的预言（2030 年广播电视传统媒体将绝迹）将成为现实。

2.2 巩固社会主流思想舆论的必然需求

新媒体与互联网包含着较多的正向信息资源，为人们的学习、工作、生活等提供了有价值的信息参考。但是，在互联网中，还存在着大量的虚假信息、暴力信息等，对受众产生了较为严重的负面影响，使得人们的三观扭曲。在这样的情况下，为了避免这种社会问题的加重，广播电视主流媒体必须发挥其在社会主流思想舆论弘扬与宣传方面的重要责任，实现对我党的主流思想舆论的巩固与壮大。[4]

2.3 建设社会主义先进文化的必然需求

在新媒体时代下，广播电视主流媒体想要最大程度地发挥其职能，必须对其传播力进行有效提升，成为文化建设、思想宣传、对外传播的主力军。提升广播电视主流媒体在新媒体时代的传播力，是建设社会主义先进文化的必然选择。通过信息采集、节目制作、播出与覆盖等能力的提升，促进广播电视主流媒体传播力的增强，更好地满足受众日益增长的文化生活需求。

3. 新媒体时代提升广播电视主流媒体传播力的策略

3.1 积极引进互联网思维，促进媒体融合

新媒体以其传播速度快、范围广等优势，吸引了大量的受众关注，且这一人数呈现出逐年增加的趋势。[5] 对于媒体来说，传播力提升的基本条件就是受众，这对于广播电视主流媒体同样适用。因此，在提升广播电视主流媒体传播力的过程中，相关从业人员必须树立互联网思维，积极推动广播电视主流媒体与新媒体靠拢，实现媒体融合。

笔者所在的鹤壁市广播电视台积极推动了“新媒体渠道 + 主流媒体内容”的融合，不仅针对不同的广播电视栏目构建了微信公众号、微博官方账号，体现出矩阵

媒体的传播作用，还利用广播电视新闻资源，结合城市信息化基础，融合先进城市运营服务理念，打造了《无限鹤壁》APP 全媒体移动客户端。建立了广泛覆盖和深度互联的新闻资讯、公共信息、生活服务等智能终端信息平台，为市民提供随时、随地、随意、随心、随需的服务，通过多渠道、多平台、多终端、多载体的立体化融合营销，发挥出了广播电视主流媒体的担当，提升了媒体的传播力。

3.2 优化用人机制，构建高素质人才队伍

习近平总书记强调发展是第一要务，人才是第一资源，创新是第一动力。目前，我们紧要的是第一资源匮乏。笔者所在的鹤壁市广播电视台，在 2017 年 12 月，员工平均年龄 48 岁，当时常年休产假、病假的有十几人。经常是有活无人干，有钱不能挣，因为人支撑不起来。当时最大的问题是缺人，缺少全媒型、经营型、互联网型、技术型人才。人才匮乏已经严重制约了广电的发展，成为面临的最大危机。为了更好地实现新媒体与广播电视主流媒体的融合，广播电视台必须构建起高素质的人才队伍。在进行人才队伍的建设中，要确保团队人员具有较高的新媒体意识，能够完成基于新媒体平台的信息撰写与传输。[6] 同时，团队人员还要具备较好的广播电视业务能力，确保在实际工作中能够落实“新媒体渠道 + 主流媒体内容”的融合。

为了实现这一目标，笔者所在的鹤壁市广播电视台及时调整与优化了用人机制，引入了更多具备新媒体业务能力的人才。为了避免人才流失，鹤壁市广播电视台对相关人员的薪酬机制、奖励机制等进行了调整，吸引更多新媒体人才加入。同时，为了进一步优化团队能力，鹤壁市广播电视台还组织原有的广播电视业务工作人员参与新媒体运营与信息发布的培训，实现了基于“引进 + 培养”策略的团队建设及能力提升，推动了广播电视主流媒体与新媒体的融合，提升了主流媒体的传播力。

3.3 拓展融资渠道，搭建新媒体技术平台

结合上文的分析了解到，资金与技术是影响媒体传播力的硬件因素。如果说优化用人机制是从软件设计方面完成媒体传播力的提升工作，那么拓展融资渠道、搭建新媒体技术平台就是从硬件配置方面实现媒体传播力的提升。因此，广播电视主流媒体必须“顺应互联网传播社交化、移动化、视频化的趋势”（节选自《关于推动传统媒体与新兴媒体融合发展的指导意见》），通过引入云计算、大数据分析等先进技术，完成手机网站、移动客户端等的研发与应用，实现新媒体技术平台搭建。

在这一环节中，笔者所在的鹤壁市广播电视台不仅向政府申请了资金支持，还通过调取流动资金、通过广告或赞助的形式接受社会融资等方式，完成了对传播技术的研发、引进以及升级，依托于新媒体技术平台推动了媒体传播力的提升。

3.4 提高制作能力，充分满足受众的需求

在新媒体时代，广播电视主流媒体依旧要对节目内容进行重点管理与提升，坚持“内容建设为根本”的原则，利用节目质量以及制作能力的升级，推动关注受众的增加，实现广播电视主流媒体传播力的有效提升。此时，相关从业人员可以利用新媒体平台以及大数据技术，对受众当前的内容兴趣点进行分析与掌握，并制作出相应的节目。通过这样的方式，广播电视主流媒体能够实现“吸引受众、服务受众”，达到“满足受众、留住受众”的效果，推动新媒体时代下主流媒体传播力的提升。

结语

综上所述，在新媒体时代，广播电视主流媒体传播力的提升是主流媒体生存发展、巩固社会主流思想舆论、建设社会主义先进文化的必然需求。此时，通过积极促进“新媒体渠道 + 主流媒体内容”的融合、实施“引进 + 培养”团队建设策略、搭建新媒体技术平台、重点提升节目内容质量，推动了广播电视主流媒体与新媒体的融合，提升了主流媒体的传播力，发挥出了广播电视主流媒体在新媒体时代中的责任担当。媒

参考文献

[1] 赵耀培 . 新媒介环境下主流媒体的经营创新之道 [J/OL]. 新媒体研究，2019（4）：59-60[2019-04-03].https：//doi.org/10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2019.04.025.

[2] 任晓东 . 打造自主可控、具有强大影响力的新型主流媒体 [J/OL]. 新媒体研究，2019（4）：88-90[2019-04-03].https：//doi.org/10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2019.04.036.

[3] 陆华 . 融合背景下如何提高主流媒体影响力 [J]. 中国报业，2019（5）：68-69.

[4] 王雅琼 . 加强基层主流媒体建设　积极适应新时代传播方式变革 [J]. 发展，2019（3）：26-27.

[5] 周少四 . 全媒体时代县市主流媒体提升传播力的四个维度 [J]. 今传媒，2019，27（2）：5-6.

[6] 王勇，王冠男，戴爱红 . 论新媒体时代广播电视主流媒体传播力的提升 [J]. 中国广播，2016（3）：33-37.

（作者单位：鹤壁市广播电视台）